

LA POSIBLE TRANSFORMACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO LOCAL EN UNA ESTACIÓN TURÍSTICA NACIONAL. LOS NUEVOS FLUJOS TURÍSTICOS EN ARGENTINA. EL CASO DE MONTE HERMOSO

ERCOLANI, P

Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina

SEGUÍ LLINÀS, M.

Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca

RESUMEN

Monte Hermoso es actualmente la estación turística más importante del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires (Argentina). Su tradición turística viene de una larga tradición en que nació como balneario para la ciudad de Bahía Blanca, a la que se había cerrado su acceso al mar por el puerto y la base naval. Situada a un centenar de kilómetros de la ciudad a la que sirve de espacio residencial de ocio en el verano y las vacaciones, ha visto cambiar su fisonomía al transformarse en una estación turística que acoge a miles de turistas procedentes de toda la Provincia de Buenos Aires, así como de la capital, pero también del resto del país.

La crisis económica argentina de 2001 ha hecho que los argentinos dejen de salir al extranjero y busquen en el interior del país los lugares idóneos para pasar sus vacaciones. Mar del Plata ya no es su “única” ciudad de vacaciones de sol y playa, que competía con otras brasileñas y uruguayas, para atraer al turista argentino, si no que han proliferado otras estaciones a lo largo de toda la costa oeste. Era un proceso iniciado años atrás y que la crisis económica y la devaluación del peso no han hecho más que acelerar.

Monte Hermoso es un buen ejemplo de esta transformación de un destino turístico familiar, donde se reunían tradicionalmente las familias de Bahía Blanca, en una estación de acogida para turistas argentinos de todo el país. Pero ¿debe limitar su crecimiento para mantener su atractivo de destino tranquilo y de ambiente familiar, o debe desarrollar su oferta para transformarse en una estación turística de nivel nacional?

Palabras clave: balneario litoral, evolución turística, Monte Hermoso, estación turística, Argentina.

INTRODUCCIÓN

Monte Hermoso es un municipio turístico del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, en la República Argentina, que se enlaza a través de una carretera provincial de 26 km. con la Ruta Nacional 3. Su superficie es de 230 km² que se extienden paralelamente al mar, sobre la costa atlántica, con una longitud de costa de 32 km. Su clima es templado, del tipo pampeano, suavizado por la influencia oceánica, mientras que el litoral es bajo y arenoso, con arena de grano fino o mediano y sin corrientes marinas peligrosas. Todo ello ha configurado un destino agradable y atractivo con posibilidades para desarrollarse como estación turística. Actualmente el área urbanizada comprende una extensión de 186 Has.

El municipio en sí se encuentra limitado por la Laguna del Sauce Grande (interesante por su pesca) de la cual parte el río homónimo, que desemboca en el océano formando el límite oriental municipal.

La configuración natural del litoral municipal está conformado en su totalidad por una amplia playa bordeada por una franja de dunas (médanos), en donde se alternan las dunas vivas con las fijadas por la vegetación, predominando estas últimas, y con todo un sistema dunar fijo en la parte posterior, que corren paralelos a la costa. En la parte posterior existen otros cordones dunares fijos, perpendiculares a la costa y que penetran en el interior en una franja entre 5 y 7 km.

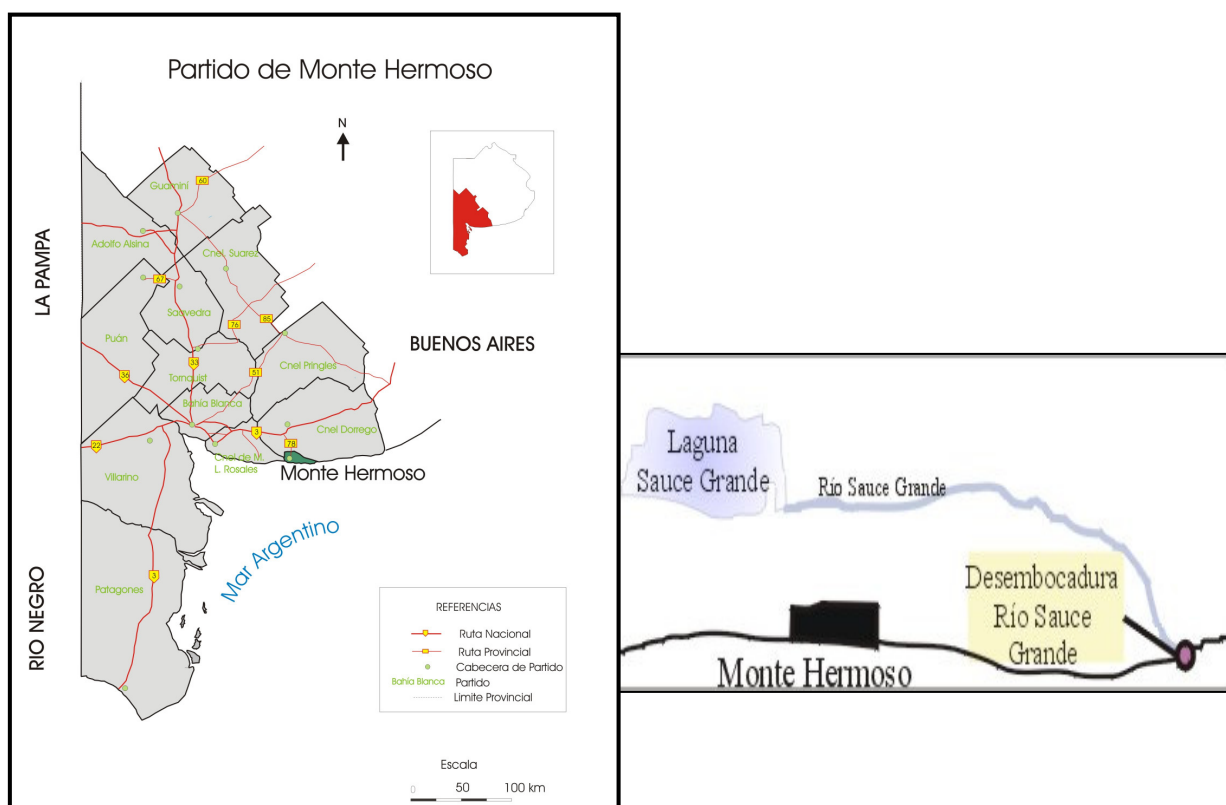


Figura N° 1 Localización del Partido de Monte Hermoso

El nacimiento turístico del lugar se origina en 1918 con la construcción de un lujoso hotel de madera, hecho con los restos de un naufragio, en un espacio completamente virgen de poblamiento humano y donde sólo existía un faro y un galpón donde funcionaba una lechería. Como es de imaginar, este establecimiento hotelero tenía un funcionamiento muy estacional y la frecuentación turística originaba un bajo impacto.

La construcción del hotel se convierte en el acontecimiento a partir del cual Monte Hermoso hace su presentación oficial. Se inicia de esta forma la transformación del sector costero en la región del SO de la Provincia de Buenos Aires marcando el comienzo del desarrollo del espacio turístico litoral más importante de la región.

A lo largo de los años 30 se iniciará el proceso de ocupación urbana, formándose ésta a lo largo de la línea de costa, sobre el sistema dunar, o bien a lo largo del único camino que conducía al hotel. Este crecimiento urbano hará que en 1937 se cree oficialmente Monte Hermoso.

Para evitar los problemas originados por las dunas sobre las construcciones familiares se decidirá su fijación mediante la plantación de tamariscos, que constituirán el primer sistema arbolado del lugar.

A partir de este momento el pueblo se irá consolidando y se implementarán los servicios indispensables, tanto para los veraneantes como para los residentes, y la actividad económica se centrará en el turismo, la pesca artesanal y, en menor medida, la construcción.

La valorización del recurso playa que acompañará el crecimiento y la expansión de este tipo de centros, vendrá asociada, a su vez, a las transformaciones en las tendencias del turismo. La aparición del turismo masivo en la década de los 50, a partir de un cambio de las condiciones sociales de la población en general, deriva en un modelo que hace un uso intensivo del espacio cuyo resultado es la apropiación privada de sectores del territorio que resulten atractivos, en particular, los litorales. No cabe ninguna duda de que el litoral es el paisaje que el ser humano más ha valorado en cuanto a su vocación turística (Barrado, 2001).

Monte Hermoso representa en la región del SO este modelo que otorga al litoral una alta valoración y promueve su desarrollo acelerado. Comienza un proceso de refuncionalización espacial, con un uso intensivo del espacio, gran concentración de la inversión inmobiliaria, en particular segundas residencias, alojamientos turísticos y equipamientos propios de la actividad.

El próximo gran salto se originará con el inicio de la década de los 70, ya que en 1969 se inaugurará la rambla sobre los terrenos en que se encontraba el viejo hotel de madera, transformándose en el máximo exponente de las construcciones de estos años 70. Es un período de gran crecimiento urbano, dentro del cual el período 1970-71 va a tener uno de los índices de construcción más altos del país (30%). Todo esto se verá plasmado en 1975 en que una ley convierte el pueblo en ciudad, y ya en 1979 alcanzará la categoría de municipio independiente de Coronel Dorrego al que pertenecía con anterioridad.

Se institucionaliza así el carácter urbano y el rol turístico del distrito, alcanzando la jerarquía de Partido en 1983, lo que permitió la acción de políticas locales de promoción turística que aumentaron la valorización del lugar permitiendo su incorporación en los circuitos turísticos nacionales. En el contexto de esta delimitación territorial, el espacio que se construye por la vía institucional se convierte en un instrumento para fortalecer la oportunidad del desarrollo local basado en el atractivo turístico.

Sus dos características, lo urbano y lo turístico, marcan los componentes fundamentales de la dinámica poblacional y del sistema económico local. En el momento de su creación como municipio, el núcleo estable contaba con 3.100 habitantes, mientras que el censo de 2001 le otorga 5.100 habitantes residentes permanentes y en la actualidad, según los datos del municipio, se acercan a los ocho mil.

La década de los 90 será la de provisión de las infraestructuras y los servicios básicos: agua, gas, tratamiento de aguas residuales y la construcción de un pequeño hospital.

Y a partir de 2002, con la fuerte crisis económica argentina, la población conocerá la última etapa de fuerte crecimiento, como hemos señalado, ya que el argentino no puede viajar al extranjero y se fomenta el turismo nacional. La localidad tendrá un importante crecimiento hacia el este y una mayor concentración en el frente costero de la zona céntrica. Notándose, al mismo tiempo, un crecimiento exponencial tanto de la población estable como de turistas, lo que provocará el gran reto actual de decisión en la elección del futuro más conveniente.

EL ORIGEN DE LOS BALNEARIOS LITORALES ARGENTINOS

Es importante aclarar en este apartado que el concepto de “balneario”, ampliamente utilizado en Argentina, refiere a la aparición de un nuevo tipo de asentamiento urbano basado en una valorización de elementos naturales: las playas, que a partir de finales del

S XIX dejan de ser “ tan sólo un elemento natural desaprovechado desde el punto de vista económico para convertirse en la condición del exitoso modelo de urbanización que en nuestro país se inaugura con tres pueblos balnearios decimonónicos antecesores de los numerosos asentamientos que hoy forman el corredor turístico bonaerense” (Mantobani, J. 1997)

En 1980, la OMT considera que el turismo es: “... un medio de acceso al derecho de vacaciones y al descanso derivado del derecho al trabajo, reconocido por la Declaración de los Derechos del Hombre: es un medio de reforzar la conciencia de pertenencia a un pueblo y a una cultura y la forma más directa de relacionar personas de distintas áreas geográficas” (OMT, 1980), pero sus orígenes son mucho más remotos, de difusión lenta y limitada a una élite minoritaria y con alto poder adquisitivo.

En el siglo XIX, con la aparición del vapor que revolucionará el transporte con el tren y el barco, se favorecerá este crecimiento y aparecerán los grandes hoteles, en los centros termale y en el litoral, y se desarrollará la moda del veraneo tanto en el campo, como en la montaña y junto al mar.

En Argentina, podemos decir que este fenómeno se originó a finales del siglo XIX (Schlüter, 1983) favorecido por la aparición de los siguientes factores:

- Se consigue la unificación territorial del país, con lo que aumenta el nivel de seguridad.
- Se procede al tendido de las primeras líneas ferroviarias, aportando rapidez y seguridad a los viajeros.
- Construcción de hoteles en las terminales ferroviarias por parte de las compañías férreas.
- Consolidación de una clase social con altos ingresos y disponiendo de tiempo libre: la oligarquía agropecuaria.

Esta realidad hizo ver la necesidad de crear una estación balnearia, que permitiera huir a una clase privilegiada de la concentración urbana de Buenos Aires. Así nació Mar del Plata, con la llegada del ferrocarril en 1886 y la inauguración al año siguiente del Bristol Hotel (Bertoncello, 1992). Proceso parecido sufrió La Falda, en Córdoba, con la inauguración del Edén Hotel, en 1897.

Otro elemento importante será la creación, en 1934, de los Parques Nacionales Nahuel Huapi e Iguazú.

Pero Mar del Plata no será la única estación balnearia originada en la costa oeste, sino que una multitud de balnearios irán apareciendo tanto al norte como al sur de dicha ciudad, terminando por hacerle una fuerte competencia, hasta tal punto que a partir de 1980, Mar del Plata ya no llegará a acoger ni siquiera la mitad de los turistas de la zona (Bertoncello, 1992).

El proceso de creación de los balnearios litorales bonaerenses nos permitirá comprender las similitudes y divergencias con el origen de Monte Hermoso, ya que si bien se originan todos dentro de un movimiento y situación social semejantes; los balnearios del oeste sirven de huida para la alta sociedad bonaerense, mientras que Monte Hermoso sirve de refugio a la sociedad bahiense cuando ve cerrado su acceso directo al mar por el puerto y la base naval.

Los balnearios del oeste bonaerense se irán asentando cerca del Cabo de San Antonio, en lo que se conoce como la zona costera de la Pampa Deprimida, con un relieve muy plano, que origina pequeñas zonas endorreicas, con abundancia de lagunas, y terminando siempre en forma de playa en el litoral. Toda la costa tiene la playa bordeada por una cadena de dunas que terminan de bloquear la salida al mar de los cursos de agua, formando, tras los médanos, zonas anegadizas, marismas y lagunas.

Estas tierras, como sucedía también en el litoral mediterráneo, no tenían valor agropecuario para las estancias situadas junto al mar, eran tierras marginales, sin valor económico, y utilizadas a lo máximo por las familias de estas estancias para esparcimiento momentáneo estival. Eran la oportunidad de oro que favorecería el desarrollo turístico.

Será la crisis agropecuaria de 1930 la que acelerará el aprovechamiento turístico de esta franja litoral. Durante este período de crisis, la posibilidad de valorizar con su venta unas tierras sin ningún valor económico para la explotación agraria, será la “salvación” para muchos propietarios que verán en la transformación de lotes para la venta una fuente inesperada de ingresos económicos. Así surgirán los pueblos o balnearios de la zona, y que se caracterizarán por su “acta” de fundación que les conferirá personalidad jurídica con la cual se iniciará su camino hacia la transformación en los balnearios actuales que pueblan, casi de forma continua, toda la costa al norte de Mar del Plata.

Estas “fundaciones” consisten en simples trámites administrativos de acuerdo con una legislación argentina de fundación de pueblos en la provincia de Buenos Aires, comparable, en cierto modo, a los trámites españoles para crear una urbanización turística en los primeros años del turismo de masas. Esta fundación debía ser aprobada por la Dirección de Geodesia y Catastro provincial, tras constatar que disponía de agua potable, que no era inundable y que se cedieran al fisco las tierras necesarias para los usos públicos. No se tenían en cuenta, en cambio, sus fines recreativos, ni la topografía específica de médanos en el litoral.

Como ejemplo, Bertonecello (1992), nos cita la constitución de la sociedad que va a originar San Clemente del Tuyú: “... han constituido la Sociedad “Tierras de San Clemente SRL”, cuyo objeto principal es la adquisición, mejoramiento, división, venta, arrendamiento o explotación, directa o indirectamente con cualquier industria, comercio, colonización y formación de pueblos o balnearios de una fracción de campo que los otorgantes todos poseen en condominio en la proporción de...”.

Todas estas fundaciones irán acompañadas de un plano, siempre de trama geométrica, con una plaza central, y a veces atravesado por alguna diagonal, idéntico a todos los planos cuadrículares de creación de cualquier núcleo urbano en la mayor parte de Iberoamérica. En ningún momento se tiene en cuenta la particularidad del terreno, especialmente la existencia de los médanos en la zona litoral.

El parecido con el sistema de urbanizaciones de la costa mediterránea es realmente asombroso, salvo las diferencias paisajísticas y la forma del litoral, así como su aparición temporal.

El emprendedor de la fundación opta por arrasar los médanos para seguir el formato de cuadrícula, y frente a los problemas de invasión de arena, no quedará más remedio que fijarla mediante la forestación o las plantaciones vegetales. Pero, lo que realmente le importará será la venta de solares, por lo que apenas señalará los límites de cada solar, dejando la mayor parte (o la totalidad) de la infraestructura sin construir. Las calles no dispondrán de aceras, y mucho menos de asfaltado o cualquier sistema de acondicionamiento, la fijación de las dunas correrá a cargo del nuevo propietario y, en muchos casos, para abaratar costes y aumentar los beneficios se limitará al loteo del espacio y a su venta en Buenos Aires sobre planos.

Como las cuadrículas serán de gran tamaño y su coste proporcional a la cercanía al mar, la densificación de estos balnearios será escasa, encareciendo mucho más los costes de construcción de las infraestructuras a los nuevos propietarios, vista la envergadura de las construcciones necesarias y las pocas personas entre las que hay que repartir los gastos. Esto dará siempre a estas estaciones la sensación de algo sin terminar, con escasez de servicios públicos y, especialmente, de plazas o espacios públicos, ya que los

vendedores del loteo ofrecerán siempre las cuadras más alejadas del mar y con menor valor como espacios para el uso público, poniendo a la venta, por el contrario, las mejores y mejor situadas. Esto impedirá en el futuro disfrutar de espacios verdes, paseos y plazas para el esparcimiento en los lugares cercanos a la primera línea. Precisamente lo más necesario en una estación dedicada a fines turísticos o de ocio.

Será Bertoncello, 1992, precisamente quien nos lo vuelve a repetir en su descripción del proceso: “Nada se hizo en los primeros balnearios que se fundaron. En San Clemente del Tuyú, Mar de Ajó y Mar de Ajó Norte los lotes fueron vendidos directamente sobre un plano, en Buenos Aires, casi sin delimitar el terreno, sobre calles apenas trazadas que desaparecían tras un viento fuerte. Los compradores debieron hacer frente a todas las tareas: aplanar los médanos (única alternativa al tener que respetar el trazado geométrico regular de las calles) con lo cual éstos se reactivaban inmediatamente, y fijar de algún modo el suelo, ya sea con vegetación o cubriéndolo con paja y conchilla”.

Es curiosa, también, la similitud entre los inicios de los balnearios y de las urbanizaciones españolas, siendo su evolución futura también con bastantes similitudes. La única diferencia remarcable sería la velocidad del proceso. Mientras el proceso de los balnearios se acercará al siglo, en las urbanizaciones españolas el proceso se ha producido en algunas decenas de años.

Cuando los compradores de lotes llegaban sobre el terreno se encontraban con que los imponentes trazados, los parques y las plazas, sólo existían en el papel, y tendría que pasar mucho tiempo para que a través de la presión de los propietarios lo planificado sobre el papel se hiciera realidad. Lo mismo con las urbanizaciones, en donde las calles apenas estaban señalizadas y fueron las presiones de los vecinos que hicieron construir las infraestructuras, asfaltar las calles, proveer el alumbrado, etc., por parte de los ayuntamientos, mientras los urbanizadores habían hecho su negocio limpio, cargando los gastos de la urbanización sobre el conjunto de los ciudadanos.

En los balnearios bonaerenses los testimonios recogidos señalan que los primeros al llegar se encontraban con algunos comercios, las oficinas de venta de las compañías y algunas construcciones hechas por ésta. Fiel retrato de muchas urbanizaciones mediterráneas de los años 70.

LA SIMILITUD DE MONTE HERMOSO

Como hemos comentado ya al inicio, Monte Hermoso no se inicia con la parcelación de la zona litoral de una estancia, si no con la construcción de un hotel de madera aprovechando los restos de un naufragio. El hecho, también, ocurre bastantes años después del nacimiento de Mar del Plata y de algunos balnearios de la costa oeste. Todos estos serían elementos diferenciales entre los dos casos, pero sería una forma diferente de creación de un balneario para satisfacer una misma demanda: la moda de instalarse las clases ociosas urbanas cuya riqueza se origina con el esplendor de la explotación agropecuaria.

Si se piensa en la construcción de un hotel en Monte Hermoso es porque las clases altas de la sociedad bahiense ya conocen la moda de sus colegas bonaerenses por ir a “veranear” junto al mar, en las playas arenosas bordeadas de médanos arrastrados y formados por los fuertes vientos oceánicos. ¿Y por qué aparece en este lugar alejado un centenar de kilómetros de la ciudad y no lo hace mucho más cercano teniendo en cuenta las dificultades de transporte de la época? La explicación hay que buscarla aquí en unos condicionantes físicos. El litoral cercano a Bahía Blanca está formado por un fondo fangoso y apenas sin arena que hace poco atractivo el mar para las clases pudientes, no así para las clases humildes o medias urbanas que ven en la proximidad su mayor

ventaja. Al mismo tiempo, Monte Hermoso disfruta de una amplia playa arenosa, con mar abierto y con las aguas más cálidas de las zonas de su alrededor. Estas ventajas físicas serán un aliciente para el desplazamiento hacia el hotel construido en el lugar y que será el embrión de la estación. El puerto y el fango serán los elementos que minusvalorarán la costa bahiense y más tarde será el mismo proceso evolutivo del puerto y la construcción de la base naval en Punta Alta que van a cerrar el acceso directo al mar para los ciudadanos y su correspondiente expulsión hacia zonas más alejadas. Así también nació otro balneario en las cercanías: Pehuen Co, en 1945, que no ha alcanzado el mismo nivel de desarrollo, pero que sigue la misma tónica, aunque como destino de un turismo de mayor proximidad: Bahía Blanca y Punta Alta.

En estos primeros tiempos, Monte Hermoso está demasiado lejos para la sociedad bonaerense y, por tanto, se reproduce a pequeña escala el funcionamiento de los balnearios del oeste. Tras el hotel, irán apareciendo las primeras construcciones de villas vacacionales como ocurriera más al norte de la provincia, a lo largo de la costa y del camino que conduce al hotel. No nos encontramos aquí, por tanto, con un balneario planificado sobre unos papeles y vendido en loteo desde un despacho ciudadano. Aquí será el conocimiento del sitio y sus ventajas por parte de la alta sociedad lo que hará atractivo el lugar e irá atrayendo nuevos turistas que irán construyendo sus residencias secundarias.

Este proceso irá avanzando rápidamente entre las clases altas de Bahía Blanca y, paulatinamente, se irá extendiendo hacia las clases medias, a medida que la ciudad vea cerrado progresivamente su acceso al mar directamente y degradando su calidad ambiental junto a sus condiciones ya de por sí de peor calidad frente a Monte Hermoso. Será la revolución del transporte y la generalización del uso del automóvil particular el que harán que Monte Hermoso se transforme en el balneario para las clases medias y altas de Bahía Blanca. Pero también, a medida que las distancias se acorten gracias a mejores carreteras y mejores coches, su radio de acción se irá ampliando y atraerá a parte de las clases altas de las ciudades de interior, especialmente del Valle del río Negro, transformándose también en su zona residencial.

Esta particularidad en su origen, transforman Monte Hermoso en una estación balnearia de cercanía, para una población de área rural, lo que le permite conservar un ambiente familiar y de seguridad que son sus grandes características. El ambiente nocturno y de fiesta como destino turístico de la juventud no se ha desarrollado, predominando la calma y tranquilidad de los destinos familiares tradicionales. Todo este proceso, pero, se verá en peligro a partir de 2002 con el fuerte crecimiento originado por el turismo nacional que, debido a su pérdida de poder adquisitivo, se tiene que concentrar en las estaciones turísticas del litoral nacional, aumentando progresivamente la presión de la población del Gran Buenos Aires, que con su gran masa de población, busca de cada vez más nuevos destinos hacia los que dirigirse y que ofrezcan la seguridad que algunos más cercanos ya han perdido.

LA ENCRUCIJADA DE MONTE HERMOSO

Será a finales de los años 90 cuando este balneario va a enfrentarse con su mayor reto. La economía del país parece floreciente y la política de cambio de 1 a 1 (un peso igual a un dólar) da un alto poder adquisitivo a los ciudadanos argentinos (que luego se demostrará que este poder adquisitivo carecía de base sólida).

Con este alto poder adquisitivo y las facilidades de cambio que reportaba, los ciudadanos del país viajan al extranjero para sus vacaciones, marginando a Argentina como destino, ya que les resultaba mucho más caro, careciendo del “exotismo” que

siempre ofrece viajar al extranjero. Brasil por su cercanía, pero también el Caribe, Norteamérica y Europa son los destinos preferidos, relegando estos balnearios a las vacaciones de proximidad, como residencias secundarias de fin de semana o para pasar el resto de verano.

Otra particularidad será el abandono de Monte Hermoso, así como de Pehuen Co, por parte de la juventud, sustituidos como destinos por nuevos lugares como Las Grutas que tienen un mayor atractivo para la diversión y las salidas nocturnas. Su población residencial se verá así limitada a los niños (hasta los 16 años aproximadamente, y a partir de esta edad dicen que se aburren allí) y los matrimonios con hijos pequeños o las personas mayores que valoran su tranquilidad y seguridad. Todo ello provocará una crisis en el destino que hará pensar a la municipalidad en realizar un estudio de la situación que permita evitar el declive de Monte Hermoso. Como resultado de este trabajo, encargado al Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur, con métodos muy participativos de todas las capas sociales y sectores económicos de la localidad, se tendrán las bases para realizar el Plan de desarrollo Turístico de Monte Hermoso que vio la luz en el año 2000.

Como fruto de este trabajo se vio que la composición del flujo de turistas obedecía a dos apartados importantes (que siguen existiendo en la actualidad):

- Su rol de balneario de proximidad por ser Bahía Blanca, situada a 120 km., el principal centro emisor de turistas y de capitales privados invertidos en el lugar
- Su papel de balneario a nivel nacional, muy reducido en aquellos momentos.

Serán estos dos aspectos los que marcan la composición por origen de los turistas e inciden, de alguna forma, en la magnitud de los efectos multiplicadores sobre la economía local. Así tenemos que esta realidad plasmada en el Plan de desarrollo turístico observa estas dos particularidades básicas:

- Una alta concentración en la demanda regional, con Bahía Blanca como principal centro emisor, que condiciona en buena medida el consumo, cuya tendencia más evidente se refleja en las modalidades de alojamiento, con predominio del uso de viviendas propias o prestadas y algunas veces alquiladas entre los turistas regionales
- Un mayor uso de la hotelería, combinado con el alquiler de viviendas, en los grupos de procedencia nacional o extraregional
- Una demanda fuertemente polarizada en los meses de verano (Enero, Febrero) debido a la alta valoración de los atributos naturales como el sol y la playa, casi en exclusiva.

Una demostración de lo que pensaba la población local y el turista que frecuentaba Monte Hermoso en estos momentos de crisis para la estación, vista la huida del argentino hacia el extranjero, con playas más atractivas o ciudades cargadas de cultura o compras en Miami, etc., fue la IMAGEN deseada que sintetizó el resultado de los talleres realizados:

“Una ciudad turística, con crecimiento planificado, tranquila, segura y que respete y cuide sus recursos turísticos naturales y socioculturales, con mayor conciencia turística, que sea la playa para la familia” (Plan de Desarrollo Turístico de Monte Hermoso. 2000)

Con esta aceptación de la realidad de Monte Hermoso como balneario de cercanía para la familia y aceptado su estancamiento y evolución dentro de estas líneas, aparecerá la

crisis económica de 2001, con la devaluación del peso que pasará bruscamente al cambio de 3 por 1 (3 pesos por un dólar), lo que cambiará radicalmente el poder adquisitivo del ciudadano medio y frenará bruscamente la salida de los argentinos hacia el extranjero para sus vacaciones.

He aquí como, de una manera radical, va a cambiar el panorama turístico del mercado argentino y la población concentrará sus vacaciones en el mercado doméstico. El argentino se verá imposibilitado de salir al extranjero y la demanda se concentrará en los destinos nacionales que estaban en plena crisis, con un fuerte decaimiento y sin inversiones realizadas en los últimos años por carecer de crecimiento de la demanda.

Es ahí donde Monte Hermoso se va a encontrar con una fuerte demanda nacional, de una manera inesperada, y en forma abrupta.

Para conocer esta nueva realidad se realizó un nuevo estudio demandado por la Secretaría de Turismo del Partido de Monte Hermoso y realizado de nuevo por el área Turismo del Departamento de Geografía y Turismo de la UNS, por el grupo de investigación del Proyecto: “Desarrollo local y turismo sustentable: estrategias de integración regional”.

Para realizar este estudio de la demanda se realizaron encuestas a los turistas en el período Enero y Febrero de 2006, distribuidas en distintos sectores de manera proporcional al uso que los turistas hacen de ellos. Se realizaron un total de dos mil encuestas (mil en Enero y mil en Febrero) y se llevaron a cabo los miércoles (día normal de entre semana) y los domingos (para captar los flujos de fin de semana) por considerarse los días más representativos.

De los resultados de estas encuestas podemos destacar los siguientes aspectos:

- El 72% de los visitantes son familias (lo que corrobora la idea de Monte Hermoso como destino de turismo familiar y que ha sido su característica más valorada). Además, en la composición por edades de la familia, se ha vuelto a confirmar la característica citada anteriormente: el porcentaje mayor, el 25% corresponde al segmento entre 26 y 40 años, y el siguiente, con el 18% a las personas entre 3 y 12 años.
- El nivel de estudios representa bien a la clase media, ya que el 32% tiene el secundario completo, el 20% el terciario completo y el 18% el universitario completo.
- Por la ocupación, destacan los empleados privados (el 21%) y los profesionales con el 17%. Otra muestra de esta clase media.
- Por el lugar de procedencia, sigue notándose la fuerte influencia de Bahía Blanca, con el 29%, seguidos del interior de la Provincia de Buenos Aires, con el 24%. Vemos que Monte Hermoso sigue disfrutando de una frecuentación de proximidad, aunque ya resaltan otras regiones como Patagonia, con el 10%, la Capital Federal con el 7%, o Cuyo, también con un 7%. Indicios de esta diversificación a nivel nacional que se está produciendo.
- En cuanto al alojamiento, ya se plasma claramente esta diversificación de la clientela, puesto que el primer grupo corresponde al inmueble alquilado (31%), relegando la residencia secundaria, en propiedad, al segundo lugar, 27%; el camping ocupa el tercer lugar con el 21% (muestra del menor poder adquisitivo) y solamente el 8% acude a un hotel.
- El medio de acceso es exclusivamente por carretera, y el 87% utiliza vehículo propio, frente al 12% que utiliza el transporte colectivo.
- Los turistas no se desplazan apenas fuera de la estación, ni realizan excursiones a otros lugares, ya que sólo el 15% visitó algún otro lugar además de la propia estación. La prueba, además, es que sólo el 27% dice conocer la apertura de la

nueva carretera que permite comunicar la estación litoral con Sierra de la Ventana, la estación de montaña cercana, y que serviría de contraste con el mar con una excursión de un día. La comarca serrana sólo es visitada por el 4% y la ciudad de Bahía Blanca, única gran ciudad cercana, por el 3%.

- La prueba de que estamos hablando de una estación más bien residencial-vacacional en familia, la tenemos que la mayor parte del gasto realizado corresponde a la alimentación, con el 42'1% del gasto total, seguido del alojamiento que representa el 39'8% (peso de las residencias secundarias en propiedad), mientras que el entretenimiento sólo absorbe el 9% del total y las compras un 8'3%. Todo muy lejos aún del componente de una estación turística tradicional.
- El gasto realizado por cada turista es realmente muy bajo, ya que el gasto medio por día y persona se sitúa en 29'79 pesos, aunque la primera quincena de Enero sería más alto, con 34'74 pesos/persona/día.
- La clientela es muy fiel, debido, especialmente a los bahienses que tienen su residencia secundaria allí, ya que el promedio de los entrevistados ha visitado 6 veces la estación.
- Los atractivos del balneario siguen repitiéndose, y así el motivo para ir a Monte Hermoso de vacaciones ha sido: por el mar y la playa (26%), la tranquilidad (22%), la proximidad (13%) y la seguridad (10%).
- Debido a estas características, la fidelidad es muy elevada, y el 88% de los encuestados confesó que pensaba regresar el año próximo. El mismo porcentaje, además, indicó que la estancia había cumplido sus expectativas.
- Por el contrario, fuera de los dos meses estivales, poca gente piensa volver, incluso teniendo la vivienda en propiedad, ya que solamente el 32% pensaba regresar en Semana Santa, un 36% en un fin de semana largo, y un 26% en las vacaciones de invierno, prácticamente todos éstos, propietarios de la vivienda.
- Finalmente, los precios son considerados normales por el 32% y altos por el 18%, incluso un 5% los considera bajos. Estamos pues ante un destino clásico de balneario que está sólo en los inicios de su transformación como estación turística de nivel nacional.

Este trabajo de 2006 nos revela el cambio producido entre los turistas que frecuentan Monte Hermoso. El cambio no ha sido radical, pero sí notamos una tendencia evolutiva muy distinta a la anterior de la crisis de 2001 y que se ve plasmada, principalmente, en un importante aumento del peso de los visitantes no procedentes de Bahía Blanca, si no de un radio de acción mucho mayor. El balneario de proximidad, empieza a ser el destino turístico de una amplia región que llega al millar de kilómetros alrededor. Frente a este auge inesperado cuando se reflexionaba en el 2000 cómo evitar el declive del destino, la municipalidad ha tenido que realizar una serie de intervenciones.

CAMBIOS ORIGINADOS POR EL PASO HACIA UNA ESTACIÓN TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL

Durante los años de crisis, el balneario sufría un deterioro constante en sus instalaciones, imagen y respeto ambiental. La municipalidad no intervenía para evitar molestar a sus visitantes, ya que intentaba a toda costa que no disminuyera el número de veraneantes; ni realizaba intervenciones importantes falta de fondos por la crisis de la estación.

En estos momentos, la playa sufría un cierto abandono, con mal estado del paseo superior, falta de instalaciones en la playa misma, nulos o difíciles accesos para las personas con minusvalías, etc., y, por otra parte los usos y abusos del medio producían destrozos en el sistema dunar. Por una parte, los autos aparcaban, cada vez más, debajo de las pocas sombras y/o en el lugar más cercano a la playa para evitar desplazamientos hacia ella, con la consiguiente destrucción de la base de los médanos y su posterior transformación en dunas móviles con los destrozos originados cuando el viento las desplazaba hacia el espacio urbano o los campos cultivados. Al mismo tiempo la playa se transformaba en pista de carreras para los coches, especialmente los todo-terreno, como si fuese un circuito automovilístico (destrozando la playa, causando molestias a los turistas, etc.) y las nuevas motos todo terreno o los vehículos adaptados, utilizaban los médanos como lugar de “safaris” y lugares de ostentación de sus bravuconadas, con el grave peligro para el equilibrio dunar y la vegetación que lo fija, así como las raras especies autóctonas que se encuentran en ellos (especialmente en la desembocadura del Río Sauce Grande).

Por otra parte, los servicios hoteleros eran de mala calidad y de categoría baja. Los hoteles no realizaban reformas, no aceptaban las tarjetas de crédito, acumulaban hasta seis personas en habitaciones dobles para que saliese más barata la habitación por persona, o no respetaban las reservas hechas. Toda una serie de medidas que, bajo la excusa de aumentar la rentabilidad, destrozaban la imagen del sector hotelero local, provocaban no pocos enfados y deterioraban los establecimientos.

Con la aparición de la crisis, ante el aumento de la frecuentación turística nacional y el cambio progresivo en la clientela, no quedó más remedio que ir cambiando toda esta situación.

La municipalidad inició todo un proceso de mejora de los accesos a la playa, así como la implantación de normas severas en la utilización de los espacios para aparcamiento, así como un embellecimiento progresivo de la primera línea y mejoramiento de la peatonal. Al mismo tiempo fue prohibiendo la utilización de la playa como espacio de carreras, el uso de vehículos sobre los espacios naturales, impidió la destrucción de los médanos, etc. Todas ellas, medidas encaminadas a mejorar la imagen del destino y a satisfacer las demandas ambientales que la sociedad exige actualmente con mayor insistencia.

Queda, seguramente, por hacer, la revolución hotelera, ya que algunos establecimientos siguen sin admitir las tarjetas de crédito, o no respetan las reservas realizadas, aunque algunas mejoras se van produciendo. No es extraño, por esto, que el uso de los establecimientos hoteleros sea todavía tan bajo entre los turistas, y que los precios de los alquileres siga en aumento.

Otra exigencia que existe actualmente por parte de estos “nuevos” turistas es una mejora en la calidad y en la variedad de la oferta gastronómica, muy limitada, aún en la actualidad. El turista foráneo es mucho más exigente a la hora de salir, y los restaurantes no ofrecen aún satisfacción a esta demanda, habituados a una clientela tradicional.

RETOS PARA EL FUTURO

Ante estos nuevos tiempos que se avecinan para el balneario, un dilema se presenta: ¿Este esplendor actual se debe únicamente a una crisis económica que impide viajar al extranjero o no? Porque si es causa solamente de la crisis económica, este crecimiento es pasajero y cuando el país se recupere volverá a perder este turismo nacional que optará mayoritariamente por irse al extranjero. O bien, ¿los cambios producidos en el

balneario, transformado ya en una estación turística, le permitirán seguir adelante en su crecimiento?

No olvidemos que Monte Hermoso tiene una serie de ventajas competitivas que le permitirían continuar con su esplendor turístico: una interesante masa forestal, escasa por estas latitudes; una playa en buenas condiciones y unas aguas de lo mejor de la zona; la existencia de dos zonas complementarias que permiten ofrecer una salida de excursión en los días de mal tiempo: Sierra de la Ventana y la ciudad de Bahía Blanca; y un ambiente todavía tranquilo y seguro, que genera su reputación.

Ahora bien, es en estos momentos de esplendor económico, de crecimiento continuo de la frecuentación turística y de la aparición de turistas de procedencias cada vez más lejanas, cuando hay que plantearse seriamente cual debe ser el futuro de esta estación.

Dos opciones muy claras se nos presentan:

- Limitar el crecimiento, conservando el aspecto de destino residencial y de cercanía, para que la estación no pierda su encanto y conserve la imagen que tanto la ha favorecido a través de los años: la tranquilidad, la seguridad y ser un excelente destino familiar.
- Aprovechar los buenos tiempos para dar un salto adelante, transformándose en una estación turística total, con una revolución hotelera, atrayendo clientela de todo el país y, para continuar con este crecimiento, diversificar su oferta para captar más franjas de mercado, atrayendo de nuevo a la juventud y ampliando su oferta lúdica, complementaria y gastronómica .

Estas dos posibilidades son contradictorias entre sí. O bien se produce un estancamiento para conservar la preciada tranquilidad y seguridad, con unos vecinos conocidos y estables, o se da el salto hacia delante, perdiendo este ambiente de “pueblo”, dando cabida a una diversidad de clientelas, tanto por edad, como por gustos o por intereses, para captar la mayor cantidad de franjas de mercado posibles.

Otras preguntas son necesarias para completar la visión: ¿es posible ya quedarse estancados? ¿se puede asegurar siempre la seguridad y la tranquilidad? ¿es posible cambiar el sector hotelero, haciéndolo más profesional y competitivo?

Son los grandes interrogantes que se plantean a este balneario de costa, tradicional, que, de pronto, por un cambio en el sistema económico del país, se enfrenta a un gran reto de futuro, como tantas otras partes del país. ¿Sabrá tomar la decisión adecuada en la planificación futura? ¿la tendencia del país es a un lento abandono del sistema agropecuario para ser sustituido por uno turístico?

Las respuestas a estos interrogantes de enlazan con los cambios permanentes en la situación económica, social y política por las que transita Argentina. En la actualidad se verifica una crisis del mundo rural con impactos particulares que, por la convergencia de diferentes factores, han logrado profundizar el riesgo de marginalidad de los procesos de desarrollo. Estos permanentes cambios obligan a redefinir constantemente los escenarios existentes que permitan delinear nuevas estrategias y herramientas para la gestión del turismo.

Ante esta situación se presume que se verá reforzada la tendencia que provocó la redefinición de los flujos turísticos con el consecuente incremento del turismo doméstico. Los destinos turísticos de sol y playa como el analizado en el presente trabajo deberán encontrar respuestas adecuadas ante una demanda que seguirá concentrándose no sólo espacialmente, sino también estacionalmente. Esto definirá un proceso constante de recomposición del destino, que deberá avanzar desde las metodologías presentes en los planes estratégicos de base participativa, hacia una perspectiva más integral que contemple la interacción entre los distintos niveles de la

administración pública y entre éstos y las organizaciones empresariales de la sociedad civil, enmarcados en el concepto de gobernanza, donde existan beneficios y responsabilidades compartidos, plasmados a través de una planificación local, avanzando sobre lo participativo y sumando lo creativo, para dar respuestas rápidas que permitan reordenar este tipo de destinos, que basados en los atributos naturales como principal atractivo, no deberán perder las oportunidades que le dieron nacimiento y así continuar un proceso de crecimiento social y ambientalmente sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

ANTON CLAVE, S (coord.) (2005) “Planificación territorial del Turismo” UOC. Barcelona.

BARRADO, D. y CALABUIG (Ed.) (2001) “Geografía Mundial del Turismo” Madrid, Síntesis (pp.72)

BERTONCELLO, R (1992) “Configuración socio-espacial de los balnearios del Partido de la Costa. (Provincia de Buenos Aires)” En Territorio N° 5 Para la producción crítica en Geografía y Ciencias Sociales. Buenos Aires.

ERCOLANI, P y VISCIARELLI, S. (2003) “Características de la demanda turística del Partido de Monte Hermoso” En Anales II Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste bonaerense. EDIUNS, Bahía Blanca. (pp 563-576)

HIERNAUX NICOLÁS, D. (2000) “El turismo en un mundo desbocado. Cambios y perspectivas” En Revista Tiempo Libre, Turismo y Recreación. Año 4, Vol.2. Mar del Plata. Argentina. (pp. 11-24)

KNAFOU, R. (2006) “El turismo, factor de cambio territorial: evolución de los lugares, actores y prácticas a lo largo del tiempo (Del S. XVIII al S. XXI) IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. Cuenca. España.

MANTOBANI, J. (1997) “Notas sobre el problema de la creación de los primeros balnearios argentinos a fines del Siglo XIX” En Scripta Nova. Revista Electrónica de Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona.

SCHLUTER, R (1983) “Turismo y parques nacionales” Buenos Aires, CIET.

VAQUERO, M., PASCALE, J. y ERCOLANI, P (2004) “Comunidad-Municipio-Universidad. Propuesta de Desarrollo Turístico. Municipio de Monte Hermoso.” En Aportes y Transferencias. Año 8-Vol.1 CIET- Mar del Plata.

VERA, F. (coord.) (1997) “Análisis territorial del Turismo”. Barcelona, Ariel.